

DESARROLLO DE PROYECTO

# **Cómo montar una Tienda comercial?**

por Rodrigo Caldentey



# RODRIGO CALDENTEY

## ASESOR COMERCIAL

### Formación

Director general en el sector comercial

### Experiencia

Más de 20 años en el sector.

1-Nacimiento del Proyecto-Cómo elegir un rubro?

2-Análisis de la idea-Viabilidad

3-Estudio de mercado y Recursos disponibles

4-Cómo comprar?-Planes de Comercialización

5-Montaje de la tienda-Diseño- Marca

# **TEMAS A TRATAR**

- 6-Aspectos legales e Impositivos
- 7-Seguridad y Seguros
- 8-Espectativas-Puesta en marcha
  - Conversión en ventas
- 9-Recurso digitales
- 10-Sobre las franquicias y Fondos de Comercio
- 11-Resumen

# **TEMAS A TRATAR**

## ACERCA DE ESTE TRABAJO

Hola,  
quiero comentarles antes de comenzar con la información que les voy a proporcionar, que la idea al realizar este trabajo es darles todos los consejos que que estén a mi alcance para que logren sus objetivos, cometiendo la mínima cantidad de errores posibles. Todo es experiencia personal y recursos obtenidos en base a estudios y a la observación del entorno.

**A MODO  
PERSONAL**

## ACERCA DE ESTE TRABAJO

La idea es darte un compendio lo mas breve posible y rico en información para que te sea útil en cualquier actividad comercial. Entiendo que de nada sirve que te lleves un trabajo de 200 hojas que no dicen nada, o que si dicen, pero que podría realizarse en 20 hojas.

El crecimiento te lo va a dar la experiencia en el tiempo, la capacidad de observación, y de la toma de decisiones acertada.

Sin más, comencemos!

**A MODO  
PERSONAL**



**1-NACIMIENTO DEL  
PROYECTO-COMO  
ELEGIR UN RUBRO?**

# BREVE INTRODUCCIÓN

El nacimiento de un proyecto puede surgir de muchos modos. Puede ser:

- un sueño personal
- una idea grupal
- una visión de algo proyectable
- proyectos familiares
- por necesidad imperante
- otro motivo



# APORTE

La concreción de los hechos vienen movilizados por los deseos y las pasiones. Cuanto más energía le pongas a las cosas, mejor salen. Ya sea que estes eligiendo una franquicia, o queriendo crear un negocio nuevo desde cero, debes seguir tus instintos, escucharte por dentro, ver si te hace feliz, recuerda que se piensa a largo plazo, y si empiezas algo que en realidad no te gusta, luego, como todo en la vida, pierdes el entusiasmo y se te hace todo un cuesta arriba. Por eso, **ELIGE LO QUE TE GUSTA**, a veces no es fácil al principio poder identificarlo, pero lo lograrás si es tu deseo.

Fíjate en identificar tus habilidades, piensa para qué eres bueno, ahí tienes uno de los secretos. Que harías si el dinero no existiese?

# **2-ANÁLISIS DE LA IDEA- VIABILIDAD**

# BREVE INTRODUCCION

Puede llevar muchas noches de insomnio cuando estamos por empezar algo. Soñar es hermoso, pero a veces proyectamos demasiados pensamientos y nos salimos del foco de la idea principal, o creamos cosas que quizás no sean viables en el tiempo, por lo cual entramos en una nebulosa y todo se vuelve un poco confuso.

Para hacer un buen balance de un proyecto hay que ponerle paños fríos al asunto.

Recuerda :

Que te guste no significa que sea viable.

Que se venda no significa que te guste.

Que sea una buena idea para vos no significa que la mayoría piense de la misma manera.

# APORTE

Ya hablamos anteriormente que es mejor elegir el rubro que te gusta. Pues bien, puedes elegir cualquier nicho, a veces , para acompañar el proyecto de un tercero o sea cual fuere el motivo.

Mi consejo es permanecer abierto a las ideas, que es bueno comentar los proyectos con familiares o amigos, que nos den sus puntos de vista, todo suma a la hora de tomar decisiones. Las opiniones ajenas, no es que vayan a determinar nuestras decisiones, pero a veces nos hacen ver circunstancias que a nosotros se nos pasan por alto, por eso, es bueno ser un buen receptor. También saber escuchar.

Eso sí, si el deseo de determinado emprendimiento es muy fuerte y no hay nada que te mueva, pues entonces, adelante!, hazlo!

## continuación...

Sobre la viabilidad :

Decir que algo es viable es como un poco difícil de definir. En teoría muchos proyectos parecen viables hasta que dejan de serlo o al revés, proyectos que parecen no viables se vuelven viables.

Sucede que mucho de esto esta relacionado con las expectativas, por ejemplo, con respecto al capital invertido, a la proyección en el tiempo, o a la integridad del equipo que componga el proyecto.

Volvemos al principio, recuerda, si tu idea es viable para ti, y te sientes firme, bien entonces. Cumple tu sueño!

Sobre la marcha tendrás tiempo de hacer correcciones.

Lo importante es que no te salgas del foco de tu objetivo.

Y toma toda la información que te llegue, mantente con los oídos bien abiertos y evalúa las opiniones, sin dejar de ser tú y siendo consciente de la toma de decisiones.

# **3-ESTUDIO DE MERCADO-RECURSOS DISPONIBLES- COSTOS**

# BREVE INTRODUCCION

Veremos los temas a tener en cuenta antes de comenzar a invertir nuestro capital.

Veremos :

- \_Cómo elegir la ubicación
- \_Cuál es nuestra competencia
- \_Qué hace nuestra competencia
- \_Qué ventajas podemos tener al respecto
- \_Cuáles son nuestros puntos débiles
- \_Cuánto capital dispondremos para empezar
- \_Enumeración de algunos costos
- \_Proporciones de ganancias

# TODOS ESTOS TEMAS SON MUY IMPORTANTES

PRESTA MUCHA ATENCION  
Y RECUERDA QUE SON CONSEJOS DE  
LA EXPERIENCIA, PERO TU SIEMPRE  
TIENES LA ULTIMA DECISION Y ES ASI  
COMO SE CONSIGUE EL EXITO!



# APORTE

Ubicación: en toda actividad existe un inconsciente colectivo, es lo que hace o piensa la mayoría respecto de algo. En el caso de una tienda funciona igual. No nos sirve crear nuestros propios sitios, es mejor guiarse por ubicaciones ya pre-establecidas, aunque esto signifique asumir un mayor costo de alquiler. Los rubros de consumo masivo suelen agruparse por sectores, es más rentable estar cerca de tu competencia que aislado en la otra punta. La gente acostumbra a moverse por sectores mas bien comerciales. Si abres una tienda en un sector un poco vacío comercialmente, aunque sea barato el alquiler, no terminarás de amortizar la diferencia del costo del alquiler ahorrado con respecto a la facturación obtenida. Conclusión: agrúpate, elige ubicaciones con entornos comerciales favorables.

## continuación...

Nuestra competencia :

A la competencia no hay que criticarla, hay que aprender de ella.

Debes ser objetivo, tomar lo bueno de ella, en lo posible, mejorarlo.

Y si le encuentras defectos reales, pues, no los cometes, mejóralos!

Los clientes potenciales se identifican con tu competencia, la conocen, y tu llegas , eres nuevo y tienes que captar una parte de ella, por lo que debes llevarte bien con la competencia, mas bien deberías ser un aliado. Piénsalo!

Toda esa energía que trae un nuevo emprendimiento debe ser aprovechada, siempre lo nuevo suele verse mas moderno, eso a tu público potencial le va a gustar.

Saca las ventajas por ese lado.

## continuación...

Nuestros puntos débiles suelen ser el desconocimiento del mercado, la falta de claridad en las expectativas , esa inexperiencia que nos trae un poco de miedo al principio...

A veces caemos en la trampa de nuestro ego, que nos hace pensar que somos mejores que los demás, que nuestras ideas son mejores...OJO con ESO!

Pero todo eso es natural, todos lo pasamos , aprendimos de nuestros tropiezos y seguimos adelante!

## continuación...

El capital es un factor determinante a la hora de invertir en una tienda.

La regla es bastante directa, a mayor capital de inversión, mayor es la ganancia.

Igualmente, no corre para el total de los casos.

Algunos rubros recuperan la inversión muy rápido con capitales de inversión moderados porque encuentran nichos de mercado específicos donde hay una demanda potencial muy fuerte, todo esto, combinado con una buena elección de la ubicación y otros factores extras que ya mencionaremos mas adelante, les terminan dando resultados muy buenos.

Pero también, como contraparte, algunas empresas invierten mucho dinero en proyectos que no terminan de ser aceptados , marcas que no logran penetrar en el mercado, etc...

## continuación...

Por eso cuando hablábamos de viabilidad de un proyecto me refería a esto, a que a veces un rubro deja ganancia, pero no en proporción al monto de dinero total invertido, es decir da una menor rentabilidad, entonces para determinados inversores, esos proyectos no los consideran viables.

También puede suceder que la ciudad donde resides no tenga un volumen de mercado suficiente para determinado producto, mas allá de que sea una excelente idea.

Si la idea es comprar máquinas que requieren mantenimiento, debes analizar esos costos de mantenimiento y de amortización del capital.

No creas en todo lo que dicen, haz tus propios cálculos!

## continuación...

Algunos costos que tendrás a considerar serán los siguientes:

El costo del alquiler:

En general debes contar con el dinero del alquiler, de un mes de reserva y el dinero para la firma y sellados de contratos, además de la comisión para la inmobiliaria que intervenga (esto varía según el país de residencia). A informarse entonces!

La mercadería:

Veo habitualmente comercios que abren con muy poca mercadería...

Pequeño Gran Error! Debes dar una muy buena impresión a tus potenciales clientes... si entran a tu negocio y comienzan a ver detalles que no te posicionan mejor que tu competencia, puede que no vuelvan más, por eso, debes inaugurar con la tienda bien armada, aunque te demore un poco más.

## continuación...

También te van a surgir costos por el pedido de alta de los servicios esenciales. La electricidad, el servicio del gas, la conexión de internet (fundamental), el agua, también a tener en cuenta eso.

Y por último tienes los impositivos que van a variar según la actividad en la que te registres y el país en que te encuentres.

Proporciones de ganancias :

Tal vez no se entienda cuando digo proporciones de ganancias. Te lo voy a explicar :

Si quieres ganar 100 no alcanza con invertir 100.

En una tienda casi no sucede que se rote el total de la mercadería existente en un mes, por ejemplo.

## continuación...

Entonces, a lo que me refiero es que el capital invertido debe ser **x** veces superior a la ganancia mensual esperada. Se estima que tienes que tener invertido 100, para vender 50 en total, de lo cual te quedarán 10 para tu bolsillo.

Que te queden 10 sobre 50 facturados significa que te llevas una rentabilidad del 20%.

Las rentabilidades y las relaciones de ésta respecto de la inversión son muy variadas según los rubros y países, están relacionadas con los costos impositivos y con los márgenes de ganancia de cada sector específico.

Por ejemplo, los servicios tienen altísima rentabilidad, una barbería puede llevarse tal vez el 40/50% de rentabilidad (sobre 100 vendidos en un mes, 50 para su bolsillo), en cambio una gasolinería puede tener el 2% de rentabilidad.



## continuación...

La barbería va a tener mucha rentabilidad, una inversión relativamente chica( dependerá del tipo de proyecto) , pero la cantidad de tickets diarios va a ser menor que en la gasolinería, como también el valor del ticket promedio.

La gasolinería tendrá mayor cantidad de tickets y de montos superiores, pero el capital de inversión podría ser 100 veces superior o más.

En mi país (Argentina), se dice que para una tienda sea rentable el alquiler no debe superar el 10% de la facturación bruta mensual o dos días de facturación de caja. Esto cuando vendes productos. Entre el 40/50 % te representará la mercadería y el resto otros costos. Al final de todo , luego de restar todos los gastos, está tu rentabilidad.

A continuación te mostraré un cuadro general, simple, para que veas como podría ser un desglose de estos costos.



La rentabilidad se calcula anualmente, se suele utilizar la letra R. Se suman todas las ventas mensuales brutas y se le restan el total de los costos. El total se divide en la cantidad de meses. Es el % promedio de dinero que te queda respecto de la facturación. Se calcula anual porque mensualmente puede variar por factores estacionarios.



# **4-COMO COMPRAR?- PLANES DE COMERCIALIZACION**



# BREVE INTRODUCCION

O vendes bien o compras bien.  
Si haces ambas cosas correctamente,  
mejor todavía.

Por dónde empezar?

Observación de la competencia

Reposición

Flexibilidad para el cliente

Ponerse del otro lado



# APORTE

Es muy importante tener bien en claro quiénes van a ser tus proveedores. Es fundamental que cuentes con una lista de proveedores y la tengas organizada. Además, proveedores alternativos por si alguno no te cumple. Es aconsejable en cada tipo de artículo tener un proveedor de reemplazo. Debes hacer un buen estudio de proveedores , hacer varias llamadas, comparar listas de precios y elegir los que creas te favorecen. También tienes que tener organizada la reposición rápida por si las ventas superan las expectativas iniciales!

Respecto de la venta lo mas importante es lograr un cliente feliz, satisfecho. Recuerda, la buena atención, la cordialidad, el respeto, la buena presencia, y especialmente saber escuchar. El cliente necesita ser escuchado.

## continuación...

Un cliente bien atendido es una venta concretada o una futura venta casi concretada.

El dicho dice que el cliente siempre tiene la razón. Los que entendemos de comercio sabemos que eso no es así, pero de todos modos, nunca hay que confrontar, debemos tratar de llevar todas las relaciones a buen puerto.

También debes observar de tu competencia como maneja las formas de pago con sus clientes. Debes al menos igualarla o mejorarla si te dan los márgenes del negocio.

Te recuerdo que si incorporas tarjetas de crédito como formas de pago, éstas demoran unos días en tramitarse.

Si vas a incorporar un software de gestión para la caja, este también es un costo a considerar y puede tener alguna demora. Consulta con comerciantes del rubro cuál utilizan. Escucha las recomendaciones.

**5-MONTAJE DE LA  
TIENDA-DISEÑO-  
IDENTIFICACIÓN DE  
LA MARCA**

# BREVE INTRODUCCION

Una buena impresión, un buen impacto visual, dice mas que mil palabras.

Es conveniente invertir una parte del capital al diseño de la tienda, del logotipo y de la tarjetería y papelería en general y a la presencia en internet.

No son gastos, son inversiones.



# APORTE

Muchas veces se montan tiendas, se gasta un montón de dinero en publicidad (a veces obsoleta), mercadería y otras cosas y se olvidan de algo fundamental en los tiempos que corren, que es el impacto visual de nuestro negocio.

Esta demostrado que a igualdad de servicios el cliente elige el más lindo o el que mejor comunica.

Recomiendo pagarle a algún arquitecto que te haga un bosquejo del diseño de la tienda, él seguramente va estar bien asesorado, sea en amoblamiento, iluminación, colores de tendencia, etc. Terminarás gastando menos que si empiezas por tu cuenta a hacer y deshacer. Nunca lograrás el mismo impacto visual que si intervienen profesionales en el asunto.

## continuación...

En mi país las estadísticas son terribles, el 60 % de los negocios fracasan antes del primer año de existencia, en muchos casos debido al error en los cálculos de inversión (la relación de lo invertido respecto a la expectativa de ganancia) y por escatimarle a la decoración, al diseño y a la imagen.

No por nada las grandes marcas cuidan tanto del diseño y la imagen!

También puedes hablar con algún diseñador gráfico para que te realice un logotipo de la marca, como así también, la papelería correspondiente. Está bueno tener folletería para entregar, especialmente cuando recién abres, y tarjetas donde lean tu dirección y los datos de las redes sociales y demás.

Un diseñador web te puede hacer una página para internet.

Pide presupuesto! No tienes que hacer todo de golpe. Ve de a poco , en orden, organizado.



# **6-ASPECTOS LEGALES E IMPOSITIVOS**

# APORTE

Los aspectos legales e impositivos varían un poco de acuerdo a cada país. No lo vamos a desglosar, pero te voy a dar unos detalles a tener en cuenta.

A veces, uno toma la decisión de no pagar algún tipo de impuesto estatal por rebeldía, problemas económicos o el que sea, pero ten en cuenta que el día que decides dar de baja una actividad, el estado te va a solicitar que tengas todos los impuestos pagados, es decir, te va a aparecer en el sistema todo lo que se te acumuló en el tiempo, por eso, no es conveniente dejar impuestos comerciales impagos.

Eso tal vez puedas hacerlo con tu propiedad, donde tal vez vivas toda tu vida, pero en una actividad comercial, en la que puedes decidir cambiarte de rubro varias veces a lo largo tu vida, siempre van a aparecer las deudas impagas, que no te van a permitir darte de baja, y te generarán dolores de cabeza momentáneos, o hasta inconvenientes futuros.



# **7-SEGURIDAD Y SEGUROS**

# APORTE

Si sos de España seguramente el aspecto de la seguridad de tu futura tienda no sea de los asuntos de primer grado de importancia a tratar, pero en latinoamérica, con los temas de inseguridad es muy importante comenzar bien parados.

Es fundamental colocar una alarma de monitoreo del local que cubra la mayor parte, reforzando la entrada y también los entretechos si los hubiera.

No es un tema de dejar para lo último.

Los que se dedican al robo ya saben que las tiendas nuevas no están bien preparadas y son propensas a sufrir algún daño en sus primeros meses de existencia.

## continuación...

Con respecto al seguro del comercio, debes estar cubierto por la mercadería, el inmueble y el dinero de la caja en caso de hurto.

No te preocupes, el asesor de la empresa de seguros te va a dar las recomendaciones. Tanto ellos como el municipio te van a exigir que tengas matafuegos, salidas de emergencia, señalización adecuada para emergencias y botiquín de primeros auxilios.

En general los importes de los seguros son montos chicos y es solo para resguardo.

Aunque las probabilidades de algún evento son menores, las cosas ocurren a veces.

Estas cosas, además de oírlas en la calle y en las noticias todos los días, también te las cuento a modo personal porque me sucedieron.



---

**8-ESPECTATIVAS-  
PUESTA EN MARCHA-  
CONVERSIÓN EN  
VENTAS**





# BREVE INTRODUCCION

El día de la inauguración es un día de mucha alegría, también de mucho nervio.

Debemos chequear que este todo en orden y que contemos con todos los elementos necesarios para que nuestros primeros clientes se lleven una excelente imagen de nuestra empresa!

# APORTE

Estas son algunas de las cosas que no te deberían faltar al momento de la apertura:

- El sistema de facturación habilitado y funcionando (si es que usas)
- Todas las tarjetas habilitadas.
- Bolsas de regalo para los productos.
- Alarma habilitada.

No hay una regla que te pueda decir cuántas personas van a consumir tus productos, cuántos van a ingresar a una tienda por día, etc. pero si puedes hacer estadísticas en el tiempo.

Es bueno hacer las anotaciones de las ventas, y usar planillas de contabilidad donde asentarás los ingresos y los egresos, diarios, mensuales , anuales. Eso te va a servir para evaluar la marcha de tu empresa.

## continuación...

No todos los días serán iguales, vas a tener días muy buenos y otros muy malos, no hay que preocuparse, esa fluctuación ocurre en todas las actividades, lo importante es ir corrigiendo los errores sobre la marcha para poder mejorar las estadísticas y lograr mejores facturaciones.

Una forma de hacer crecer las ventas es sobreofreciendo productos, es decir, una vez que el cliente compra, ofrecerle mas productos para que éste se mantenga en esa frecuencia.

Otra forma es ofreciéndoles cupones de descuento para la próxima compra, o pidiéndole datos personales para luego mandarle información de nuestro negocio y de la web por las redes sociales .

Armar una base de clientes no se hace de un día para el otro, pero de a poco se logra, lograrás equilibrar la facturación y así podrás afianzar tu empresa en el mercado.



# **9-RECURSOS DIGITALES**

## APORTE

Hoy casi se podría decir que si no estas en internet, no existís.

La presencia en la web y redes sociales son hoy uno de los pilares de cualquier empresa. Al mismo tiempo que montas la tienda, debes ir creando los perfiles de tu empresa en las redes sociales (tendrás que ver las que utiliza tu sector).

Una página web , número de whatsapp para atender a los clientes y la presencia en facebook, instagram y otros, son también vidriera muy importante de nuestra empresa. Se la debe atender de la misma manera que la tienda física, contestar las consultas en tiempo y forma y estar en permanente servicio al cliente.

Marcarás la diferencia respecto de la competencia.



# **10-SOBRE LAS FRANQUICIAS Y FONDOS DE COMERCIO**

# APORTE

Quise hacer un punto aparte sobre las franquicias, para aquellos que las están evaluando.

Las franquicias tienen pros y contras.

No sabría decirte si son más uno que de otros pero solo quiero darte un panorama general de ellos para que los medites.

Como pros:

Buena imagen de marca, visual, estética moderna.

Know How (te dan el conocimiento de como funciona el negocio, es decir te ahorran todo el aprendizaje)

No tienes que buscar proveedores ni software de gestión ni casi nada.

En general te buscan la ubicación de tu tienda.

Te enseñan como manejar empleados, etc..

Ellos dicen, menor riesgo comercial y financiero.

## continuación...

Los contras, reales:

Mayor gasto de inversión, hasta un 50% o más a veces..

Costos fijos más elevados, el franquiciante suele llevarse una comisión sobre facturación.

Atado a contratos por X cantidad de tiempo.

Poca flexibilidad en la elección de los productos.

Algunas franquicias te controlan con cámaras.

Suelen estar traducidas en productos más caros al consumir que aquel que no es franquicia. Igualmente, a pesar de ello, muchas funcionan muy bien.

Estos son algunos puntos generales solamente. A mí en particular me gustan, pero hay que prestar mucha atención a la letra chica y saber en qué proyecto uno se embarca, porque no todo lo que brilla es oro, detrás hay mucho lobby de las franquicias diciendo que son mas económicas, más rentables, etc...



## continuación...

Respecto de los fondos de comercio, a veces estos suelen ser una forma de acceder a un negocio ya armado y con una clientela cautiva. Pero cuidado, la mayoría de los negocios que se venden es porque no funcionan! El o los dueños deciden probar venderlo antes de cerrar definitivamente.

Es cierto que algunos casos pueden ser una oferta jugosa, pero no abundan. Tendrías que pensarlo en frío, analizar que es lo que ofrecen, si realmente vale lo que piden, estimar por tus propios medios su facturación y sacar una conclusión. Si lo que deseas es mejorar ese fondo de comercio, recuerda que debes darle un fuerte cambio de imagen para revertir su imagen anterior. Los clientes deben saber que hay nuevos dueños y que los quieren de vuelta. En caso de que no estés convencido, desiste de la idea.

Si eres emprendedor puedes crear lo que quieras!

# **11-RESUMEN**

# PUNTOS A DESTACAR

## **Analizar bien el proyecto**

Por más que debas seguir tus instintos, no dejes de asesorarte.

## **Tomar los puntos a resolver de a uno a la vez**

Pueden parecer un montón de cosas, pero de a una se van resolviendo.

## **Guarda una reserva monetaria de emergencia**

No inviertas el 100% del capital disponible en el proyecto, debes tener un margen de maniobrabilidad.

## **Invierte en el aspecto estético de la tienda**

Observa como estan diseñados los negocios nuevos en tu rubro. Apunta a lo mejor.

## **Sigue un orden**

La mercadería es lo último que se compra. Primero debes tener en claro todo lo demás.

## **No te olvides del tema Seguridad y Seguros**

Cuando empiezas debes tener todo en regla y funcionando. Fíjate el orden en el tiempo que te llevará cada cosa. A muchos les sucede que alquilan muy rápido, y luego tardan meses en resolver y organizar la apertura, eso significa dinero perdido, meses de alquiler de un local sin producir.

## **Recuerda las herramientas de marketing**

Bolsas de la tienda, folletería y tarjetas

Uso de las redes sociales y web que identifiquen tu negocio.

## **Recuerda lo de las franquicias**

La recomendación es asesorarse bien y no quedarse con lo que dicen, hay muchos intereses detrás, solo hay que saber analizar bien cada propuesta antes de elegir.

## **Cuidado con los fondos de comercio**

En general, cuando se vende un fondo de comercio es porque no funciona. Si se vende al costo y su inventario te es útil, accede, sino, si es para seguir el mismo rubro en el mismo lugar, sin cambios, no te conviene tanto. Para superarlo tendrás que hacer una renovación muy fuerte en donde se note que son otros dueños. Tendrás que estimar si la relación costo-beneficio te da favorable.

## **El feliz de la apertura es el comienzo de un largo camino**

Aprenderás mucho en el día a día, esa es la verdadera experiencia.

Recuerda que a los negocios hay que atenderlos, me refiero a lo largo del tiempo, hay que estar encima para que den sus frutos.

Es muy lindo poder observar los logros, el resultado del esfuerzo.

## **Sobre los socios**

Esta comprobado que trabajar con socios no es tarea sencilla, y si es familia, menos sencillo aún.

Ante la duda, piénsalo, medítalo, en el mediano plazo puede traerte problemas. Debes llevarte muy bien y dejar todos los puntos bien en claro, es decir, saber separar las relaciones de los negocios.

Cuando las relaciones funcionan bien, es una experiencia maravillosa y se pueden lograr grandes cosas. Es como un impulso de energía extra.

## **Por qué a algunos les va bien y a otros les va mal?**

Uno de los puntos de la respuesta es esto, no haberse asesorado, no informarse antes, precipitarse sin ningun tipo de análisis, hacer mal el cálculo de los costos del proyecto, etc...los motivos son muchos y variados.

Pero el otro aspecto fundamental de la respuesta es la motivación. Cuando estás motivado todo prospera, las cosas salen bien, es el impulso extra, invisible que mueve las razones. Tanto en los negocios, en las relaciones personales como en otros acontecimientos, en la vida de cada ser humano.

## En Resumen

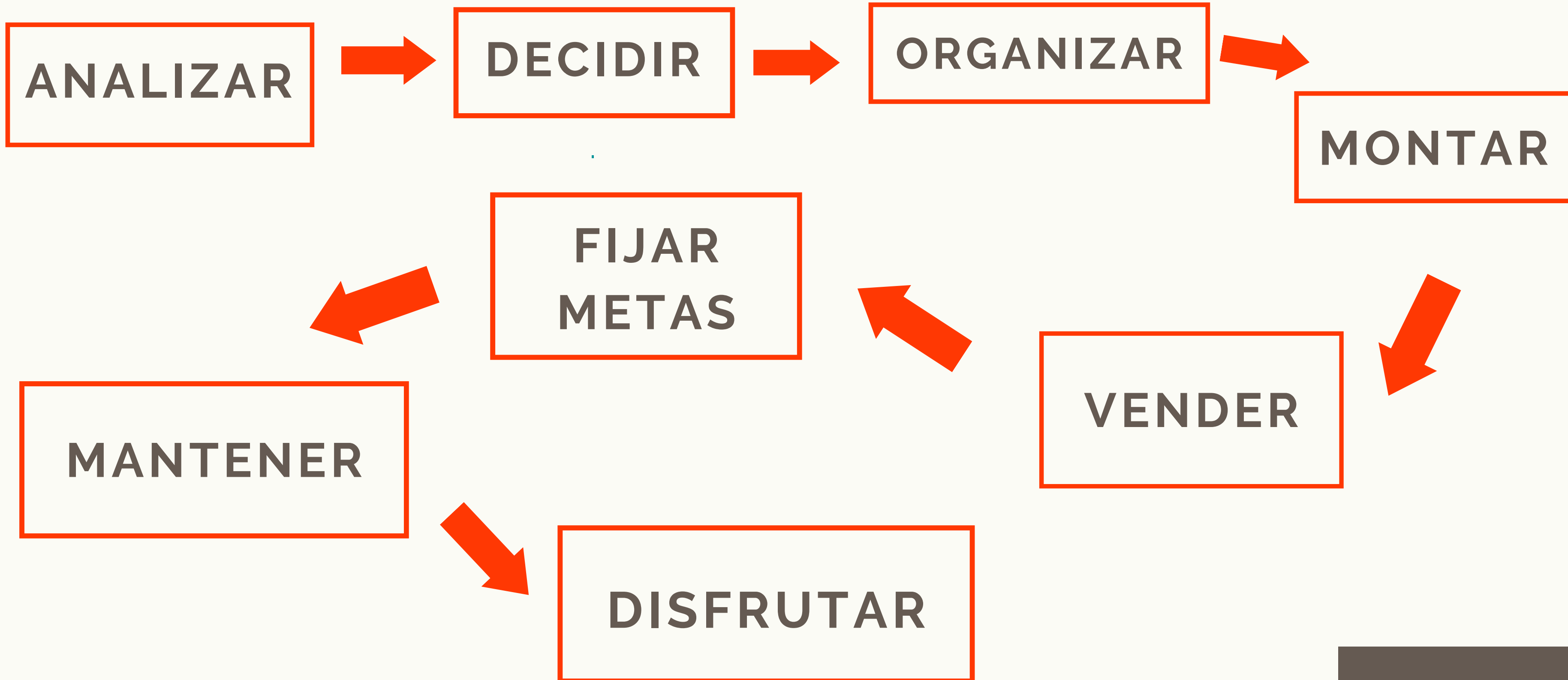
Recuerda que este trabajo es de lineamientos generales, Cada rubro tiene sus vicisitudes y hacer un compendio profundo que abarque todo es tarea casi imposible. La idea de este trabajo es que tengas noción de los procesos, y que te aclare las dudas, para que te vaya bien, no te lleves sorpresas y logres el éxito más rápido.

Si te quedan dudas puedes comunicarte por algunos de los medios de abajo o contratar una entrevista online para aclarar los temas.

Mucho Exito!



# Tus Pasos en el Camino





# INFORMACIÓN DE CONTACTO

¡CONTACTAME !

POR:

WEB

WHATSAPP

ZOOM

**Página web :**

[www.fractalnetwork.com.ar](http://www.fractalnetwork.com.ar)

**Número de teléfono**

+54 291 4024955

**Correo electrónico**

[info@fractalnetwork.com.ar](mailto:info@fractalnetwork.com.ar)





**¡GRACIAS!**

Espero te sirva mucho este  
trabajo realizado.

